

## IDD: Teil 3 der Serie: Auf die Form kommt es künftig an.

### Informationsanforderungen bei Versicherungsanlageprodukten!

---

Im **1. Teil** der Serie ([zum Nachlesen hier klicken...](#)) informierten wir, wie Ihre neuen Informations- und Dokumentationspflichten aufgrund der IDD aussehen und wie etwa Kundenvereinbarungen, Beratungsprotokolle, Wünsche- und Bedürfnistest etc. auszusehen haben.

Im **2. Teil** gingen wir auf Formvorschriften bei Dokumenten ein, die Sie wahrscheinlich täglich für Hinweis- und Werbezwecke nutzen. Etwa Geschäftspapiere, Homepages, Apps, Newsletter etc. ([zum Nachlesen hier klicken...](#))

Heute möchten wir uns die zusätzlichen Anforderungen hinsichtlich Information und Dokumentation für den **Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten** näher ansehen. Diese sind in §§ 8-10 der kürzlich veröffentlichten Standesregeln geregelt.

Die Standesregeln enthalten **3 Paragraphen**, die sich mit Versicherungsanlageprodukten beschäftigen. § 8 regelt die **Vermeidung von Interessenskonflikten** (In aller Kürze: Sie müssen „auf Dauer wirksame organisatorische Maßnahmen setzen“, damit Interessenskonflikte den Kundeninteressen nicht schaden. Können Sie einen Interessenskonflikt nicht vermeiden, müssen Sie ihn „rechtzeitig vor Abschluss eines Versicherungsvertrags eindeutig offen legen.“)

§ 9 regelt die **Kundeninformationen** – diesen Punkt sehen wir uns gleich näher an.

§ 10 regelt die **Eignung, Zweckmäßigkeit sowie Berichtspflicht** gegenüber Kunden (in aller Kürze: Hier geht es darum, ob das Produkt zum Kunden passt, seinen Zielen entspricht, ob er das Risiko versteht, eventuelle Verluste tragen kann etc.)

#### Nun zu den Kundeninformationen laut § 9:

Sie müssen „angemessene Informationen“ über den Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten und „sämtliche Kosten und verbundene Gebühren rechtzeitig vor dem Abschluss“ zur Verfügung stellen.

Das muss mindestens enthalten:

1. Wenn eine Beratung erfolgt, müssen Sie mitteilen, ob Sie dem Kunden eine **regelmäßige Beurteilung der Eignung** des empfohlenen Produktes bieten
2. Zum vorgeschlagenen Produkt bzw. den Anlagestrategien müssen Sie **„geeignete Leitlinien und Warnhinweise“** zu den damit verbundenen Risiken geben
3. **Offenlegung** sämtlicher Kosten, verbundener Gebühren, einschließlich der Beratungskosten etc., einschließlich etwaiger Zahlungen Dritter.

Hinsichtlich der Kostenoffenlegung präzisiert § 9 Punkt 2, dass die Kosten **„in aggregierter Form zu erteilen“** sind, damit der Kunde die Gesamtkosten sowie deren Wirkung auf die Anlagerendite verstehen kann.

Und: „Falls der Kunde dies verlangt, ist eine Aufstellung der Kosten und Gebühren nach Posten zur Verfügung zu stellen.“

Diese Informationen sind dem Kunden **regelmäßig, mindestens aber jährlich**, während der Laufzeit der Anlage zur Verfügung zu stellen. Und zwar in „verständlicher Form“, damit der (potentielle) Kunde das angebotene Versicherungsanlageprodukt und dessen Risiken verstehen und eine „wohlinformierte Anlageentscheidung“ treffen kann.

Und § 9 Punkt 3 erinnert an ein **zentrales Prinzip der Umsetzung**, nämlich dass die Gebühr, Provision, nicht monetären Vorteile, die mit dem Vertrieb des Anlageproduktes im Zusammenhang stehen, sich **nicht nachteilig auf den Kunden auswirken dürfen** und nicht mit der Pflicht des Vermittlers kollidieren dürfen, „im besten Interesse seiner Kunden ehrlich, redlich und professionell zu handeln“.

**Zum 2. Teil der Serie**, nämlich den „allgemeinen Informationen“ **kamen folgende Fragen** herein, die für viele von Ihnen interessant sein könnten:

- a) *„Wir müssen auf allen Geschäftspapieren ALLE verwendeten VU (also Versicherer) aufzählen. Was, wenn man keine Geschäftspapiere benutzt, sondern nur E-Mails mit Berechnungen und Unterlagen der VUs versendet?“*

**Müssen dann auch in jedem E-Mail ALLE VUs aufgezählt werden?“**

Antwort: Ja. Die Standesregeln schreiben nicht die konkrete Form vor, sondern nur, DASS Sie diese Informationen dem (potentiellen) Kunden übermitteln müssen. Daher trifft Sie diese Infopflicht auch, wenn Sie „nur“ via E-Mail die Informationen erteilen.

**Zusatzfrage:** *„Und wenn ja: Genügt es, wenn man stattdessen in jedem solchen E-Mail die Offenlegung anhängt (welche ja alle diese VUs sowieso enthält)?“*

Antwort: Auch hier schreibt der Gesetzgeber nicht exakt vor, WIE Sie das tun sollen/müssen. D.h. meiner Ansicht nach ist dem Wunsch des Gesetzgebers in verschiedener Form zu entsprechen: Etwa, indem Sie in der Signatur Ihrer E-Mails die VUs auflisten oder einen Link auf Ihre Homepage setzen, wo diese Auflistung steht oder eine Liste als PDF mitsenden usw.

- b) *Gibt es eine Vorschrift, nach der bei jeder der geforderten schriftlichen Informationen an den Kunden (etwa in der Offenlegung, in den Datenschutzunterlagen etc.) auch der zugehörige Paragraph zwingend angegeben werden muss?*

Antwort: Nein, das muss meiner Ansicht nach keine juristische Abhandlung sein

- c) **Frage zu Provision UND Honorar:**

*Unter welchen Umständen ist es erlaubt, für z.B. EINE Fondspolizze BEIDES zu kombinieren? Beide Modelle zu nutzen, aber je Geschäft mal das eine, mal das andere zu wählen, ist ja nicht verboten, oder doch?*

Antwort: Nach § 1 Abs 9 Z 10 d) der Standesregeln für die Versicherungsvermittlung muss der Versicherungsvermittler dem Kunden mitteilen, ob er im Zusammenhang mit dem Versicherungsvertrag auf Basis einer Kombination von Gebühr, Provision oder anderen Art der Vergütung arbeitet. Diese Regelung wird durch § 138 GewO insofern eingeschränkt, als dass ein Honorar lediglich für eine Beratung verlangt werden darf, wenn dies vorweg im Einzelnen vereinbart worden ist. Kommt es in derselben Sache zum Abschluss eines Versicherungsvertrages, so entfällt der Honoraranspruch in der Höhe der Provision. Zur Berechnung im Streitfall ist im Zweifel eine ortsübliche Provision heranzuziehen.

Mitarbeit: Mag. Günter Wagner, B2B-Projekte für Finanz- und Versicherungsbranche ([www.b2b-projekte.at](http://www.b2b-projekte.at))



**RA Mag. Stephan Novotny**

Weihburggasse 4/2/26

1010 Wien

[kanzlei@ra-novotny.at](mailto:kanzlei@ra-novotny.at)

Foto: Stephan Huger